COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 28 avril 2016

Mediametrie

Audience Internet Ordinateur en France en mars 2016

Record d'audience pour les sites de Formation et d'Education en mars avec 17,3 millions de visiteurs uniques

En mars 2016, 17,3 millions d'internautes ont consulté au moins une fois un site de la sous-catégorie « Formation / Education » depuis leur ordinateur, soit plus d'un Français sur 4 (28%). C'est le record d'audience mensuelle pour cette sous-catégorie depuis août 2012.

Avec la fin des admissions post-bac, le mois de mars est porteur pour les sites de formation et d'éducation : déjà, en 2015, la meilleure audience avait été réalisée durant ce mois avec 16,2 millions de visiteurs uniques.

Les 35-49 ans consultent particulièrement les sites de cette sous-catégorie : près de 45% d'entre eux en ont consulté au moins un depuis leur ordinateur. Alors qu'ils composent un quart (24,4%) de la population française, ils représentent 32,3% de l'audience des sites de formation et d'éducation.

En temps passé, ce sont les jeunes de 15 à 24 ans qui arrivent en tête. En moyenne, chacun a consacré 46 minutes et 40 secondes à consulter les sites de formation et d'éducation, soit près de 7 minutes de plus que l'ensemble des internautes (39 minutes et 7 secondes).

En mars 2016, Indexeducation.com est le site le plus visité de la sous-catégorie avec 1,9 million de visiteurs uniques. Il est suivi par Education.fr et L'Etudiant qui comptent respectivement près de 1,9 et 1,8 million d'internautes au cours du mois.

Top 5 des sites de la sous-catégorie « Formation / Education » en mars 2016

Rang	Brands et Channels	Nombre de visiteurs uniques
1	IndexEducation.com	**1 886 000**
2	Education.fr	**1 862 000**
3	L Etudiant - TS ACPM	**1 816 000**
4	L Obs Education - TS ACPM	**1 690 000**
5	Le Parisien Etudiant - TS ACPM	**1 274 000**

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Mars 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	42 040 000
2	Microsoft	36 111 000
3	Facebook	26 968 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	24 370 000
5	Webedia	21 369 000
6	Orange	20 803 000
7	Solocal Group	19 510 000
8	Schibsted	18 416 000
9	Amazon	18 134 000
10	Wikimedia Foundation	16 927 000
11	Groupe Lagardere	16 696 000
12	Vivendi	16 481 000
13	Iliad	15 766 000
14	M6	14 322 000
15	Groupe Auchan	13 420 000
16	Groupe Le Monde	13 159 000
17	Prisma Media	12 721 000
18	Yahoo	12 567 000
19	Groupe Credit Agricole	12 518 000
20	La Poste	12 384 000
21	Groupe Casino	11 783 000
22	auFeminin	10 585 000
23	eBay	10 518 000
24	Groupe Numericable - SFR	10 445 000
25	Ministere de l Education Nationale	10 242 000
26	francetélévisions	10 211 000
27	Groupe TF1	10 102 000
28	Association VideoLAN	10 012 000
29	Altice Media Group	9 876 000
30	Next Radio TV	9 811 000
31	Apple Computer	9 302 000
32	Gouvernement Francais	9 279 000
33	Fnac	8 875 000
34	Carrefour	8 815 000
35	SNCF France	8 555 000
36	Mondadori	7 411 000
37	Assurance Maladie	7 041 000
38	Groupe Le Parisien	6 833 000
39	20 Minutes France	6 673 000
40	Meteo France	6 641 000
41	Pole Emploi	6 619 000
42	Societe Generale	6 492 000
43	OTTO	6 360 000
44	Kingfisher	6 344 000
45	Groupe Amaury	6 202 000
46	Michelin	6 198 000
47	Twitter	6 138 000
48	Oredis	5 849 000
49	InterActiveCorp	5 783 000
50	Dropbox	5 755 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Mars 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Audience Internet Ordinateur en France en mars 2016

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	41 131 000	16 483 000
2	Facebook	26 708 000	8 453 000
3	YouTube	24 960 000	4 371 000
4	Microsoft	24 841 000	3 545 000
5	Orange - T	19 361 000	5 198 000
6	Leboncoin.fr - TS ACPM	18 409 000	3 173 000
7	Amazon	17 752 000	1 943 000
8	Windows Live	16 923 000	2 891 000
9	Wikipedia	16 710 000	1 738 000
10	Skype	15 537 000	4 690 000
11	PagesJaunes	15 274 000	1 260 000
12	Free	15 180 000	1 778 000
13	Yahoo - T	11 007 000	2 456 000
14	Blogger	10 955 000	791 000
15	Cdiscount	10 866 000	892 000
16	France Televisions - TS ACPM	10 211 000	889 000
17	Videolan	10 012 000	1 475 000
18	CommentCaMarche - TS	9 851 000	588 000
19	Le Figaro - TS ACPM	9 698 000	894 000
20	SFR	9 517 000	1 836 000
21	Apple	9 291 000	1 024 000
22	Linternaute.com - TS	9 122 000	552 000
23	Fnac	8 843 000	595 000
24	Outlook (Outlook.com)	8 813 000	2 165 000
25	MSN - T	8 734 000	1 793 000
26	OverBlog	8 663 000	526 000
27	Le Monde - TS ACPM	8 429 000	811 000
28	Mappy	8 255 000	566 000
29	Dailymotion - TS	8 126 000	552 000
30	Bing	7 999 000	1 174 000
31	eBay	7 971 000	974 000
32	Credit Agricole	7 890 000	1 463 000
33	AlloCine - TS	7 808 000	583 000
34	Tele Loisirs - TS ACPM	7 452 000	964 000
35	Marmiton - TS	7 207 000	416 000
36	MYTF1 - T	7 146 000	545 000
37	Assurance Maladie	7 041 000	548 000
38	Le Journal des Femmes - TS	6 848 000	393 000
39	Le Parisien - TS ACPM	6 833 000	525 000
40	LA POSTE	6 768 000	1 012 000
41	Doctissimo - TS ACPM	6 733 000	376 000
42	20minutes.fr - TS ACPM	6 673 000	561 000
43	Voyages-Sncf.com	6 671 000	478 000
44	Meteo France - TS	6 641 000	742 000
45	Pole Emploi	6 603 000	741 000
46	L Express.fr - TS ACPM	6 503 000	400 000
47	BFM TV - TS ACPM	6 251 000	441 000
48	L Obs - TS ACPM	6 194 000	429 000
49	Twitter.com	6 084 000	702 000
50	Service-Public.fr - TS ACPM	6 048 000	352 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Mars 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média…

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,5 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Benoit David
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr

Jeanne Laversin
Tél : 01 47 58 97 83
jlaversin@mediametrie.fr